



TITLE:

情報資源としてのインターネット  
と図書館：日本におけるインターネ  
ット情報資源の類別と信頼性(京都  
大学生涯教育学講座シニアキャン  
パス実施記念号)

AUTHOR(S):

高鋤, 裕樹

---

CITATION:

高鋤, 裕樹. 情報資源としてのインターネットと図書館：日本におけるインターネット情報資源の類別と信頼性(京都大学生涯教育学講座シニアキャンパス実施記念号). 京都大学生涯教育学・図書館情報学研究 2005, 4: 217-224

ISSUE DATE:

2005-03-31

URL:

<http://hdl.handle.net/2433/43868>

RIGHT:

高 鋤：情報資源としてのインターネットと図書館：

## 情報資源としてのインターネットと図書館：

日本におけるインターネット情報資源の類別と信頼性

高 鋤 裕 樹

Library & Internet as Information Resources:

Characteristics and Credibility of Internet Resources in Japan

Hiroki TAKAKUWA

### 抄 録

インターネットは市民生活になくてはならない情報源としてすでに定着している。本発表ではメディアとしてのインターネットの特性を一部検討し、その特性と関連づけてインターネットを流通する情報の種類と特徴について述べる。その上で、各類型の情報が持つ信頼性を検討する。最後に、図書館でインターネット情報資源を提供することの意味を、情報の信頼性と希少性という観点からとらえる。

キーワード：インターネット、情報資源、種類、特徴、信頼性

### 1 はじめに

『情報通信白書』平成16年度版によれば、jp ドメインのインターネットコンテンツの総データ量は1万3,609ギガバイト（GB）である<sup>1)</sup>。そのうち、4,386GBが文書・データ、またはHTMLである<sup>2)</sup>。このデータすべてが文字であるとし、一般的な図書一冊に含まれる文字数が20万字である<sup>3)</sup>と考えると、非常に乱暴な計算をしてみよう。すると、4,386GBは優に一千万冊を超えるデータ量であり、インターネットの情報量はjp ドメインだけでもすでに国立国会図書館所蔵の図書の情報量を凌駕している。しかも、文書・データとHTMLの情報量はjp ドメインのインターネットコンテンツ全体の32.2%であり<sup>4)</sup>、画像や音声を含めて考えれば情報量はさらに増加する。

ではインターネットの利用者はどれくらいいるのか。『情報通信白書』によれば、平成15年度末の時点でのパソコンからのインターネット利用者数は6,164万人である<sup>5)</sup>。6歳以上の日本国民の48.3%はパソコンからインターネットを利用している計算になる<sup>6)</sup>。

インターネットの利用開始の動機としては、複数回答であるが「情報を収集したいと思ったから」58.7%、「仕事や学業のために必要であったから」52.8%と<sup>7)</sup>、インターネットはまさに情報収集のための道具であることが認識されている。実際の利用用途についても、「商品・サービス等の情報検索」57.4%、「ニュース等の情報入手」48.7%（複数回答）などが高い位置に

あり<sup>8)</sup>、インターネットが情報入手のためのツールとして使われていることを裏づけている。

このように、活発に利用され、もはや市民生活になくってはならないとされるインターネットであるが、そこに存在するのはいかなる情報なのか、そしてそれは印刷メディアで手に入る情報とどのような関係にあるのかを検討していく。

## 2 インターネットというメディアの特性

実際のコンテンツに入る前に、インターネットというメディアの特性について考えておく必要がある。インターネットの特性についてはさまざまな観点から見ることができるが、本稿に関連して考える必要があるのは、「情報を提供し、流通させるのにかかるコストが限りなく低い」という特性であろう。

従来のメディアでは、情報そのものは無料で提供できるものであったとしても、その情報を固定し、流通させ、利用者に届けるのにかかるコストが無視できるものではなかった。そのため、無料で提供できる情報であっても、ある程度の読み手が想定できて、流通にかかるコストを回収することのできる情報は出版という流通経路に乗せられ有料で提供された。それだけの読み手が想定できない情報は、いかに価値ある情報であっても出版流通に乗らずにごく小さな範囲で配布・提供され、「グレイ・リテラチャー」と呼ばれて収集困難な資料とされてきたのである。

しかし、インターネットというメディアにおいては「流通のコスト」はほとんど無視してよい。そのため、情報のコンテンツそのものに対価を求める必要のない情報は、従来は出版され販売されていたものが、インターネットでは無料提供されることになる。また、インターネットでは「情報が一カ所に存在すればネット上のどこからでもアクセス可能」であるために、従来は非常に限られた範囲にしか提供できなかった情報が、現在ではむしろ手に入りやすい情報となっている。メディアとしてのインターネットの大きな特徴のひとつは、情報の流通にかかるコストを激減させたことにある。

ただし、流通にかかるコストが無視してよいほど低額になったことで、既存のメディアに存在してきた「質の担保」がインターネットには行われなことは認識しておく必要がある。従来の情報資源であれば、少なくともある程度は購入されないと流通にかかるコストの回収ができないため、それが見込めないほど低質なものは出版されることがなかった。インターネットでの情報提供は、既存のメディアに比べて間口が広く、たいへん低質なものも流通していることには留意する必要がある。

## 3 インターネット情報資源の提供者

このような特性を持つインターネット情報資源について、さまざまな分類をすることが可能であろうが、ここでは情報の提供者により分類を行い、各提供者が提供する情報の特徴について考えてみたい。現在、インターネット上で情報の提供を行っているものは以下のようである。

### 1. 国・地方公共団体

2. 企業・営利団体
3. 非営利団体
4. 個人

以下で、これら4つについて、提供される情報の特徴を検討する。

### 3.1 国・地方公共団体

国や地方公共団体は多くの情報を提供している。国立国会図書館は「国会会議録検索システム」<sup>9)</sup>を提供しており、戦後の第1回国会からのすべての会議録が閲覧できる。また、最高裁判所は主要な最高裁判例について全文を閲覧できるデータベース<sup>10)</sup>を提供しており、事件名や参照法条、全文を対象とした検索が可能である。外務省は、世界各国の情勢について簡略に紹介するウェブページ<sup>11)</sup>を提供しており、現在の元首や通貨レート・略史等、世界の国について概略を把握するのに十分な情報源となっている。

特に多くの情報を提供しているのは総務省である。総務省行政管理局が提供する「法令データ提供システム」は日本のすべての法律・法令・省令などを法令名や事項別分類などで検索できるシステムである。総務省統計局は自局で収集している統計情報をネットに公開している。

さらに、各地方公共団体もそれぞれにウェブページを維持しており、48の都道府県のうち30都道府県では地方議会の会議録の検索・閲覧が可能である。災害情報や各種の広報等も、多くの地方自治体ではそのウェブページ上に掲載しており、情報源として有効に利用されている。

これら国や地方公共団体が提供している情報は、インターネットが存在する前にはごく限られた範囲にしか提供されていなかった。たとえば、会議録を閲覧するには各地方公共団体の議会図書室に赴く必要があった。あるいは、提供されていたものは、有料で販売されていた。しかし、これら国や地方公共団体の情報は市民がよりよき生活を送る上で必要となる情報であり、そのコンテンツに対し対価を徴収するべきものではない。現在まで有料で販売されていたのはコンテンツに対しての対価ではなく、それが流通するためのコストを回復するための費用だと考えてよい。

### 3.2 企業・営利団体

企業がインターネットで情報を提供する場合を分けると以下の3つに分けられる。

#### (1) 情報提供を主たる業務とする企業

情報提供を主たる業務とする企業とはたとえば出版社やデータベース提供会社など、従来から情報提供を行ってきた企業である。ある意味では、図書館ともっとも関係が深い企業であると言ってよい。皮肉なことに、情報提供を主たる業務とする企業は、インターネットの上では情報提供の主役になってはいない。これらの企業にとって情報はまさに商品であって、無料提供してしまえるような軽いものではないためであろう。これらの企業では、たとえば会員制有料のインターネットコンテンツを提供していたり、図書データのダウンロード販売（電子書籍）など、これまでと同様に情報に対して対価を徴収する形でのビジネスを進めている。インター

ネットの情報で有料で提供されるものの多くは、このような情報提供を主たる業務とする企業が提供している。

なお実際の利用について調べてみると、実際に電子書籍を購入したことがあるのは全インターネットユーザーの5.7%に過ぎず<sup>12)</sup>、ほとんど利用されているとは言えない状況である。またビジネス情報でも、有料のビジネスデータベースを利用すると答えたのは16.8%に過ぎない<sup>13)</sup>。ほとんどの利用者にとって、インターネット情報資源とは無料の範囲のみを指すと考えてよい。これは公立図書館にとっても同様である。『日本の図書館』2003年度版にみえる「有料外部データベースの利用」が可能な館を数えてみると、都道府県立図書館でも63館中19館(30.1%)である。市町村立図書館では2,672館中75館と、2.8%のみである<sup>14)</sup>。

これらの企業が情報を無償提供するのはいくつの場合宣伝のためである。例を挙げると、百科事典検索サイト「ネットで百科@home」<sup>15)</sup>や、新聞記事に載った写真を検索できるサイト「毎日フォトバンク」<sup>16)</sup>はともにそれらの情報を公開することで有料制のコンテンツに誘導する仕組みになっている。

## (2) 情報提供を主たる業務としない企業

情報提供を主としない企業の場合は、むしろ情報提供に積極的である。現在、日本の企業の78.4%はホームページを開設しており<sup>17)</sup>、対応情報、サポート情報、販売情報など、さまざまな情報を閲覧することができる。モノを作り販売する製造業にとってはそれぞれの商品の情報をなるべく詳しく提供することで購入意欲をかき立てることを意図しているのであろう。また、小売業にとっても、実際に販売する商品の情報を詳しく提供し値段を表示することにはやはり顧客を引きつける効果が期待できる。

このように考えていくと、情報提供を主たる業務としない企業が提供する情報は、従来でもたとえばパンフレットなどの形で提供されてきた情報である。また小売店が提供する情報も、たとえば新聞の折り込み広告などで提供されてきた情報であったり、あるいは印刷した形で提供されなかったとしても店頭では表示されてきた情報である。要するにこれらは、製造業者や小売業者がコストを負担することで従来から無料で提供されてきた情報がインターネット上にその場を移したものであり、それらが無料で提供されてきた理由はやはり宣伝のためである。

## (3) 広告を目的とする企業

最後に、広告を目的とする企業が挙げられる。Yahoo!などの検索エンジン会社やその他さまざまなものがあるが、提供する情報のコンテンツを提供することが目的なのではなく、それらのコンテンツを利用されるときに広告を表示させ、その広告料を主たる収入源とするものである。これらの企業は、もちろん有用であればあるほどそれを利用する人も増加し、広告を見る人も増えるため、可能な限り情報源として有用であろうとする努力をしている。TV番組が視聴率を獲得するために、より視聴者受けするものを求めるのに似ている。しかしまた営利企業であるため、中立性や公平性に対して保証はされず、情報の信頼性は一段低いものと考えてよい。

### 3.3 非営利団体

非営利団体が提供する情報はほとんどの場合、その団体の成り立ちや略史、問い合わせに対してのFAQ (Frequently Asked Question)、団体の活動報告、方針声明などである。すなわち、非営利団体の場合、インターネット上に提供されているのは、その団体の「知らせたいこと」である。

### 3.4 個人

個人がインターネットで情報を提供する場合を分けると以下の3つに分けられる。

#### (1) 広告を表示しないホームページを提供

情報の流通にかかる費用が限りなく低額であるとしても、情報を発信するためにはコンテンツが必要となり、コンテンツを作成するのにかかる手間は各個人が負担する必要がある。そのような負担を引き受けてでもホームページを開設し維持する人がかなりの数に上っていることを考えると、「自己表現の欲求」を持つ人は決して少なくはないことがわかる。広告を表示しないホームページは多くの場合、個人の自己表現欲求の発露の産物である。

これまでも、自費出版など、個人が自らの負担で情報発信を行うことはあった。しかし、高額のコストがかかり、また配布は限られた範囲にのみ行えた。インターネットというメディアにおいては、個人であっても各種団体や企業と肩を並べて情報発信が行われる。

ただ、これらの個人ホームページはあまり高い信頼性を担保できない。書きたい人が書きたいことを好き勝手に書いているという状態であり、裏づけを持たない。うわさ話の延長上にあるものと考える必要がある。

#### (2) 広告を表示するホームページを提供

個人のホームページにも、広告を表示することで収入を得ているものがある。広告収入を得る方法はいくつかあるが、すべてに共通しているのは、自らのホームページにたくさんの人が来ればそれだけ多くの収入が得られる方式になっていることである。そのため、ホームページ開設者は自らのコンテンツを増強し、なるべく多くの人が訪問するように働きかける。規模は小さいが、これは広告を目的とする企業が行っていることと同様であり、この場合の情報の信頼性も決して高くはない。

#### (3) 掲示板への書き込み

個人として情報を提供する場合、ホームページを開設するという方法以外に、すでにさまざまなところに設けられている電子掲示板システムへの書き込みを行うことで情報提供が可能である。そのような掲示板では過去に書き込まれたものを見ることができるようになっており、あるテーマについて議論が行われていたり、誰かの質問に対する返答がなされている。そのような掲示板ではしばしば、個人が日常経験する「わからないこと」について当該コミュニティに質問を行い、返答を受け取るという形式で情報交換が行われる。各個人が知っていることを

相互に教えあっており、同じ情報ニーズを持つものにとっては参考になることも多い。

このような情報は裏づけがほとんど存在せず、うわさ話の域を出ない。しかし、ごく限られた情報ニーズであって他では満たし得ないニーズを、このような書き込みが満たすことがある。断片的ではあるが、希少な情報を提供する一つの情報源と考えることができる。

掲示板ではないが、このような個人の書き込みを集大成して「百科事典」を作ろうとする試みとして「ウィキペディア」<sup>18)</sup> というシステムが存在する。

#### 4 提供される情報の種類

以上、インターネットでいかなる情報が提供されているかについて、提供者別に分けて検討してきた。上記をまとめてみると、インターネットで提供される情報は次の6つに分類されよう。

- a. 従来、コンテンツに価値があるとして、有料で提供されていた情報
- b. 従来、流通コストをカバーするために、有料で提供されていた情報
- c. 従来、メーカーや販売店がコストを負担することで、無料で提供されてきた情報
- d. 広告を見せるための番組としての情報
- e. ニッチなニーズに対する教え合いの結果生まれた情報
- f. 自己表現欲求の発露の結果生まれた情報

これらのうち、a. はインターネットにおいても有料で提供されている。企業が業として提供するものが情報のコンテンツそのものである場合、これを無料で提供することは企業の収入源を放棄することと同じである。そのため、契約などを通じて有料で提供されている。しかし b. ～ f. の5項目は原則的に無料で提供され、そしてほとんどのインターネット利用者にとってこの部分のみが「インターネット情報資源」である。

この b. ～ f. のインターネット情報源を考えてみると、それらはいずれもこれまでは図書館に入ってこなかった、いわゆる「グレイ・リテラチャー」である。上記で述べてきたとおり、インターネットは今までよりはるかに安価な流通経路を生み出し、情報の提供を容易にした。しかし従来、印刷メディアで提供されてきたもののほとんどは、情報コンテンツそのものに対価を取る必要があるために有料で提供されてきたものである。それらは流通経路のコストが下がったとしても無料提供されることはない。すなわち、インターネットで提供される情報は、印刷メディアで提供される情報とは競合しない。どちらかがどちらかを包含するということではなく、インターネットというメディアと印刷メディアは守備範囲の違う情報を扱っていることがわかる。

視点を変えて、「情報の信頼性」という観点からこの6項目の情報を検討しておきたい。a. ～ c. の情報はすべて情報の出所がはっきりしており、情報の提供元が信頼できる限りにおいて信頼できると見てよい。d. は、テレビ番組や雑誌の広告記事と概念的に異ならず、信頼性という点においては一段低いものとしてみる必要がある。e. や f. は信頼性の上ではうわさ話程度のもので思わなければならない。仮に同じ内容の記述がインターネット上に複数あったとしても、インターネットでは情報の流れが速く切り貼りも容易であるため、信頼性を認め

る根拠にはならない。しかし同時に、e. や f. の情報、特に e. の情報は、日常で生まれ出た「わからないこと」について何らかのコミュニティに対して質問し、それに対する回答が返って来るといふ形態ゆえに、他の情報源では満たし得ない細かな情報ニーズを満たす可能性がある。もちろん信頼性の低さは認識した上で扱わなければならないが、ほかに存在しない情報を見つけ出すことが可能であるといふことで、その希少性を評価することを忘れてはならない。

## 5 インターネット情報資源と図書館

メディアの特性はそのメディアで伝達される内容を規定することがある。インターネットというメディアがなければ、お互いに名前も知らない人が電子掲示板を使って共通の関心事について教えあう、という現象は存在しなかったであろう。しかし、インターネットはメディアである。メディアとは情報を伝達するための媒介であって、情報そのものではない。そして情報は、その情報自身と、情報の提供者によって判断されるべきものである。

図書館は情報を提供する場である。そして、可能である限りいかなる情報でも提供する。必要な情報や資料は「草の根を分け」ても探し出す、との思いは多くの図書館員が共通して持つ矜持だろう。その時、図書館が提供すべき情報はもっとも新しく、もっとも信頼性が高い情報であることも当然のことである。そのように考えると、クリフォード・ストールのように「インターネットはからっぽの洞窟」と考え軽視する<sup>19)</sup>のも、立花隆のように「インターネットはグローバル・ブレイン」<sup>20)</sup>と考え重視しすぎるのも、ともに正しいことではない。図書館の行うべきことは、印刷メディアもインターネットも含むさまざまなメディアを通じた数々の情報資源の中から、可能な限り新しく可能な限り信頼性の高いものを提供することである。インターネット情報資源の信頼性の下限は従来のもより低いかもしれない。しかし、インターネットに存在する情報量はそれを補ってあまりある。「インターネット情報だから」という色眼鏡で見ることなしに、個々の情報を評価し判断して利用者に提供することが、これからの図書館には必要となるだろう。

最後に、日本の図書館でのインターネット提供について紹介しておきたい。インターネット端末を提供している公立図書館は県立図書館で39館（61.9%）、市町村立図書館で887館（33.1%）である。提供している館でも、利用者用端末が1台または2台しか提供されていない館が660館（71.3%）と大多数を占めている<sup>21)</sup>。日本の公立図書館では、インターネット端末の提供はまだまだ普及しているとは言えない状況にある。

### 注

1) 総務省編『情報通信白書平成16年版』ぎょうせい、2004、p. 183.

2) 同書、p. 309.

3) 40字×25行×200ページ（おおよそ放送大学のテキスト程度）の図書を基準にした。

4) 前掲『情報通信白書』、p. 183.

5) 同書、p. 27. なお、あえて「パソコンから」としているのは、携帯電話を通じてインターネットにアクセスする人と区別するためである。

6) 同書、p. 26-27より作成。



- 7) 同書、p. 29.
- 8) 同書。
- 9) 国会会議録検索システム、Available via WWW at <http://kokkai.ndl.go.jp/><Last Accessed: 07/15/2004>
- 10) 最高裁判例集、Available via WWW at <http://courtdomino2.courts.go.jp/schanrei.nsf> <Last Accessed: 07/15/2004>
- 11) 外務省：各国・地域情勢、Avalable via WWW at <http://www.mofa.go.jp/mofaj/area/index.html> <Last Accessed: 07/15/2004>
- 12) 財団法人インターネット協会監修『インターネット白書2003 利用動向調査レポート』インプレス、2003、p. 145.
- 13) 同書、p. 125.
- 14) 日本図書館協会編『日本の図書館 統計と名簿 2003』日本図書館協会、2004、pp. 192-237.
- 15) ネットで百科@Home、Available via WWW at <http://ds.hbi.ne.jp/netencyhome/><Last Accessed: 07/15/2004>
- 16) 毎日フォトバンク、Available via WWW at <http://photobank.mainichi.co.jp/><Last Accessed: 07/15/2004>
- 17) 前掲『情報通信白書』、p. 191.
- 18) ウィキペディア、Available via WWW at <http://ja.wikipedia.org/wiki/><Last Accessed:07/15/2004>
- 19) クリフォード・ストール『インターネットはからっぽの洞窟』倉骨彰訳、草思社、1997.
- 20) 立花隆『インターネットはグローバル・ブレイン』講談社、1997.
- 21) 前掲『日本の図書館』、pp. 192-237.